



© Panthermedia.net/Matej Kastelec

Gut gepflegt, auch mit Einsteigermarken

Parfümerie- und Drogerieprodukte sind wichtig, aber nicht so wichtig wie das täglich Brot. Das merkt die Branche im Jahr 2023.

... Von Georg Sohler

Die Inflation ist hierzulande anhaltend hoch. Mag sein, dass die Teuerungen mittlerweile weniger rasant sind, mehr Geld im Borsel zu haben, ist aber nach wie vor

schwierig. Diverse Kollektivvertragsverhandlungen zeigen, dass dies auch die Arbeitgeber betrifft. Sie bieten zum Teil deutlich weniger, als die Angestellten wollen – eine knifflige Situation für alle Beteiligten. Aktuell müssen die Menschen reagieren und sich überlegen, wofür sie ihr

Geld ausgeben. Wo es sich offensichtlich anbietet: bei Drogerie- und Parfümerieprodukten. Der medianet-Rundruf in der Branche bestätigt diesen Umstand, aber zeigt auch andere, interessante Entwicklungen.

„Die Preissensitivität ist generell weiterhin hoch. Unsere

dm-Eigenmarken bieten in der Kaufentscheidung eine attraktive Alternative“, erklärt etwa Christian Freischlager, Mitglied der dm-Geschäftsführung. Der bekannte Drogeriemarkt schloss das Geschäftsjahr 2023 mit Ende September aber übrigens mit einer erfreulichen Bilanz ab; diese